隔日刊
食品新聞
発行所 食品新聞社
http://www.shokuhin.net/
大阪市北区南森町2－3－30
郵便番号 530－0054
電話 06（6361）4972㈹
東京都中央区入船1－9－8
郵便番号 104－0042
電話 03（3552）3756~4031
名古屋市中区丸の内2－10－11
リブラ丸の内6 305号
郵便番号 460－0002
電話 052（221）5391㈹
（支局）広島・福岡
© 食品新聞社 2019
THE JAPAN FOOD NEWS
購読料 半年33,346円

純粋ハチミツ
サクラ印 ハチミツ
株式会社 加藤美蜂園本舗
本社03－3875－1182

流通BMS

卸・メーカーに浸透

小売の軽減税率対応受け

小売―納入業者間の標準EDIシステム「流通BMS」を導入する卸・メーカーが急増している。同システムの開発・維持管理を担う流通BMS協議会（事務局・流通システム開発センター）がこのほど行った定期調査によると、昨年12月1日時点の導入企業数は1万2千987社となり、前の年の同じ時期に比べ1千546社増加（13・5%増）した。

この件数は主要IT企業の通信ソフトウエアの出荷実績などをもとに推計した下限値で、実際にはより多くの卸・メーカーに普及しているとみられる。

増加の背景には今年10月の消費税軽減税率制度の導入に合わせて実施される仕入税額控除方式の変更（税率ごとの取引総額が記載された請求書等を控除に用いる「区分記載請求書等保存方式」に移行）がある。

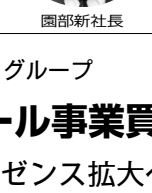
この新方式への対応をにらみ、食品スーパーなどの組織小売業には受発注等のEDI環境を従来のJ手順方式から複数税率対応型の流通BMSに切り換える動きが加速している。この川下の動きと連動して卸・メーカーへの導入も広がっている状況だ。

なお、流通BMSの利用を公表している小売企業数は昨年12月現在200社となっている。その7割強（150社）はスーパーだが、今年は軽減税率対象の食品を扱うドラッグストアやホームセンターも円滑な仕入税額控除を目的に流通BMSに移行していくことが予想される。

園部常務が社長昇格 カネ美食品

カネ美食品は園部明義常務の社長昇格を決めた。経営体制の刷新を図るためで、三輪幸太郎社長は相談役に退く。社長交代日は5月30日の予定。

三輪社長は洋風惣菜店事業も含めた全社的な商品力・販売力を強化。外販工場の生産能力・品質向上のための設備投資にも力を入れた。17年にユニー・ファミリーマートホールディングスの子会社となり、持続的成長に向けた基盤を整えた。


園部新社長

園部新社長はテナント事業K―STAGE運営部長など同事業の責任者を歴任。三輪社長とともに新業態育成に携わるなど同事業の拡大に取り組んだ。

園部新社長は1967年4月4日生まれの51歳。93年入社、2010年執行役員（テナント事業本部統括兼K―STAGE運営部長、12年取締役テナント事業本部長、17年常務取締役事業統括本部長、18年同事業統括本部長兼商品企画本部長。

アサヒグループ

英国のビール事業買収

英国でプレゼンス拡大へ

アサヒグループホールディングスは25日、英国フラー・スミス&ターナー社のプレミアムビール・サイダー事業を買収すると発表した。買収価格は2億5千万ポンド（約368億円）。

買収対象はフラー社が譲渡対象となるビール事業の受け皿として設立した新会社と既存の子会社3社。買収対象事業の売上高単純合計は約150億円、営業利益は約10億円。

取得する商品はロンドンを中心に高い認知度を誇っているプレミアムエールブランド「ロンドンプライド」などとなる。プレミアムブランドの品揃え拡充と欧州の事業基盤を活用することによるシナジー創出を図るとしている。

また、ロンドンを中心に380軒以上のパブ・ホテルを経営するフラー社と長期供給契約を結ぶことで事業の安定性を確保することが可能だとい、フラー社のパブで「スパーパードパイ」や「ペローニ」の拡販を図ることで、英国でのプレゼンス拡大を見込めるとしている。

無糖・健康領域を強化

CSVと連動し事業拡大

キリンビバレッジ

キリンビバレッジは「午後の紅茶」「生茶」「ファイア」の基盤3ブランドを含む無糖・健康領域の飲料を強化してCSVとの両立を図り事業を拡大していく。

24日、都内で発表した堀口英樹社長＝写真①＝は「キリングループのCSVの領域を大別すると健康・地域社会・環境があり、当社が担う部分としては健康が大きい。健康については無糖に注目し、21年には18年比で無糖領域の商品を15%ほど増やしていきたい」と語った。

①

同社が構築しようとするブランド体系は、基盤3ブランドに種時き・チャレンジ領域（健康領域）と育成領域（炭酸・国産水など）を加えた3つの領域。これら3領域を横断して無糖を強化していく。

「午後の紅茶」からはエリア戦略強化も狙い「おいしい無糖」をカレーとコラボして提案していく。エリア戦略は「日本の各地には特徴のある食材があり、そういったものと『おいしい無糖』をマッチングしていく。

加えて、1月1日から当社とキリンビバレッジバリューベンダーが統合し〝One KBC〟となったことで自販機も手売りも一緒になって1つのエリアを俯瞰的にみていく」。

②

「ファイア」の無糖商品としては、4月2日に新発売されるPETボトルコーヒー「ワンディブラック＝写真①手元・右」が挙げられる。常温でも飲み応えがある味わいや大容量の600㎖、あえて液色を見せないマイボトル風のデザインで差別化を図っていく。

無糖に加えてトクホ・機能性表示食品・独自素材のプラズマ乳酸菌などの健康領域も強化していく。CSVの健康への取り組みとしては、新ビジネスモデル「KIRIN naturals」や「健康プロジェクト」を通じた子供の成長支援・運動習慣の推奨などを手掛けていく。

健康・無糖とCSVが密接に関連していることについては「CSV経営は社会的課題と経済的価値を両立していく。永続的に存在・繁栄するためには両立が必要で、特に社会課題である健康としての無糖商品が注目されている」と説明した。

「KIRIN naturals」は、働き盛り世代の朝食の欠食と政府が推進する健康経営に着眼した法人向け福利厚生サービス。スムージー＝写真②＝の配送はその一端で、健康セミナーやエクササイズを通じた従業員の健康的な食習慣とヘルスリテラシー向上のサポートを主眼に置く。17年9月にテストを開始し18年で50社が導入、今年は300社への導入拡大を目指していく。

同サービスについては「企業対企業のお付き合いの中で、いろいろな接点ができると思う。企業とのパイプが太くなることにも貢献できると考えている」。

前12月期販売実績は2%増の2億3千120万ケース。今期は1%増の2億3千460万ケースを計画。基盤3ブランドの販売計画は「午後の紅茶」3%増の5千260万ケース、「生茶」5%増の3千100万ケース、「ファイア」8%増の2千400万ケース。

CGCジャパン 会長 原 和彦氏

変化の時代受け身でなく自ら変えていく姿勢大切

CGCグループアソシエイツ会の新春合同総会が23日、ホテルニューオータニで開催され、原和彦CGCジャパン取締役会長が今年のCGCグループの方針などについて語った。

○…消費増税に伴うキャッシュレスのポイント還元セールは、税金を使って競争を歪める不公平な制度にならないか心配されている。増税後の景気対策とキャッシュレス推進という趣旨に異なる2つの政策を一緒に実施することに無理があり、公平で公正な制度設計になることを願うばかりだ。

○…近年、スーパーマーケットの競争は、ドラッグストアをはじめ業態間の垣根を越えて激化している。ドラッグは軽減税率の対象にならない非食品のウエートが高いため、増税後の売上げ対策を激しく行う可能性がある。そこに、原料原価の上昇や物流費の高騰、人手不足によるコスト上昇が見込まれている。加えて、法改正への対応も必要になってくる。4月から始まる働き方改革関連法で、残業時間の上限規制や有給休暇取得の義務化、また食品表示法やHACCP対応の準備も進めなければならない。いずれも売上げにはつながりにくいが、やらなければならないこと。今後、こういった仕事が増えていくのではと心配している。

○…また、急速に進化するテクノロジーへの対応も必要だ。残念ながら、スーパーを経由せず商品が家庭まで運ばれてしまう時代になり、普段の生活にテクノロジーや物流など、さまざまな技術革新が進んでおり、いくつかのテクノロジーが組み合わさると、これまでとは全く違う世界が開けてくる。AI、5G、ロボットはもとより、バイオテクノロジーや物流など、業はなくなる、eコマースと小売業が融合し、存在意義のある企業だけが生き残るという内容だった。世の中の変化のスピードは凄まじいが、対応した今後は情報産業とサービス業だけになり小売業はなくなる、eコマースと小売業が融合し、存在意義のある企業だけが生き残るという内容だった。世の中の変化のスピードは凄まじいが、対応

私たちの商売も、今までの延長線上から変わっていかなければならないと思う。

○…こうした危機感を抱く中、ファーストリテイリング柳井正社長の、チェーン店時代の結結という記事が新聞にあった。

○…変化に対しては受け身で変わるだけでなく、自らが変えていく姿勢が必要だ。今年のCGCグループの方針は、「変える、変わる チェンジ2019 当たり前を総点検」を掲げた。時代の変化に自らが挑戦していくため、やるべきことの総点検を行おうというもの。そのためには余力が必要。これまでも、生産性の向上には必死に取り組んできたが、人手不足が深刻化する中、従来以上に省人化や付加価値向上などの改善を真剣に行わなければならない。全国スーパーマーケット協会でも、生産性向上に向けたプロジェクトしなければならない。

○…食品スーパーマーケットは大切な産業だ。リアルの店舗がなくなったなら、世の中がどうなるんだということも多い。加盟各社の自助努力により、生産性改善はもちろん、各地域のお客さまの生活を豊かにできるようグループ力を結集し、4兆5千億円の規模を生かし、新たな時代の商品やサービスを創造していきたい。それにはメーカーさま、ベンダーさまの協力が必要になってくる。不安定、不確実、不透明と言われる時代の中でもしっかり勝ち残り、CGCの店舗があって良かったと言ってもらえるようご協力を賜りたい。

この人と30分

逆光線

恵方巻 恵方巻を食べさせとけば「よい」と文化的、教育的な妥当感がある優秀な時短メニューであり、独身者もバレンタインデーに無視されようとも、恵方巻は分け隔てなく巻き込んでくれる包容力がある▼今年になっても「いつの間に恵方巻が？」と言う人もいるが、全国展開の分岐点は02～04年に多くのCVSが関東以北での販売を開始したこと。それまでも倍々ゲームが続いていたが、一気に大爆発した▼つまり、ブームとなり16年は過ぎている。それでも〝抑えたらどうか〟と注意を受けるは恥か誉れか。後味の悪さで恥とすべき。

〝さぞやかれ〟、「ファイア」8%増の2千400万ケース。

恵方巻は25日、英国フラー・スミス&ターナー社のプレミアムビール・サイダー事業を買収すると発表した。買収価格は2億5千万ポンド（約368億円）。

買収対象はフラー社が譲渡対象となるビール事業の受け皿として設立した新会社と既存の子会社3社。買収対象事業の売上高単純合計は約150億円、営業利益は約10億円。

取得する商品はロンドンを中心に高い認知度を誇っているプレミアムエールブランド「ロンドンプライド」などとなる。プレミアムブランドの品揃え拡充と欧州の事業基盤を活用することによるシナジー創出を図るとしている。

また、ロンドンを中心に380軒以上のパブ・ホテルを経営するフラー社と長期供給契約を結ぶことで事業の安定性を確保することが可能だとい、フラー社のパブで「スパーパードパイ」や「ペローニ」の拡販を図ることで、英国でのプレゼンス拡大を見込めるとしている。

きょうの業界天気図
九州新春
くもり
各賀詞交換会、亥にあやかり災いを回避しながら飛躍願う。
きょうの主な内容
4～12 九州新春特集

いつでも新鮮 しぼりたて 生（なま） しょうゆ

鮮やかな色 さらりとしたうまみ おだやかな香り 加熱で際立つ香ばしさ

「いつでも新鮮しぼりたて生しょうゆ」は火入れ（加熱処理）をしていないしぼりたての「生」のしょうゆ。酸化を防ぐ密封ボトルがフレッシュな味わいをキープします。

九州地区限定

※生しょうゆではありません。
※超特選 九州あまくちさしみしょうゆは、いつでも新鮮シリーズではありません。

【お問い合わせ】キッコーマンお客様相談センター
0120-120358（月～金 9:00～17:00 祝日を除く） 生しょうゆ 検索
kikkoman おいしい記憶をつくりたい。

ご紹介します！
おいしいカゴメになる野菜と果物たちです。
自然を、おいしく、楽しく。 KAGOME

トマトの会社から、野菜の会社に。

いよいよ人生100年。これからの時代を生きる子どもたちが長い人生を健康で過ごすために日々の野菜は欠かせません。しかし今の日本人は、1日に約73gも野菜の摂取が不足しています。食生活の変化や多忙なライフスタイルなど理由はさまざまですが、カゴメはその問題を全力で解決していこうと考えています。みなさまの声に耳をかたむけ、野菜と人々の暮らしとの関係を見つめ直し、手軽においしく野菜を摂ることができる商品をすべての人にお届けしたい。カゴメはこれからもトマトはもちろん、あらゆる野菜を使った新たな商品を次々と生みだし、さらには農業全体をもっと元気にする取り組みにも力を入れることで、この国の野菜不足を解消し、みなさまの健康をサポートし続けたいと考えています。 ※H28年 国民健康・栄養調査

ニッポンの野菜不足を0（ゼロ）にする。